

KI-generierte Social-Media-Inhalte als Chance für die Krebsprävention

Inhalte zur Gesundheitskommunikation, die mithilfe künstlicher Intelligenz (KI) erstellt werden, können Menschen in sozialen Medien stärker erreichen und zu mehr Interaktion bewegen als herkömmliche Beiträge. Das eröffnet neue Chancen für wirksame und kostengünstige Informationskampagnen - insbesondere im Bereich der Krebsprävention und Früherkennung. Voraussetzung ist: KI-generierte Inhalte müssen transparent eingesetzt, von Experten validiert und in die qualitätsgesicherte institutionelle Kommunikation integriert werden.

Für Menschen unter 30 sind Social Media Plattformen die zentrale Informationsquelle. Das gilt für Unterhaltung und Lifestyle ebenso wie für Politik, Gesellschaft - und auch Gesundheit. Informationen zu gesundem Lebensstil, zu Früherkennungsuntersuchungen, Aufklärung über medizinische Falschinformationen - „Wer Menschen dieser Altersgruppe erreichen will, kommt um Social Media nicht herum“, sagt Nicolas Merl, Psychologe im Deutschen Krebsforschungszentrum. Doch Einrichtungen des öffentlichen Gesundheitswesens haben oft nicht die notwendigen Ressourcen, um dauerhaft qualitativ hochwertige Social Media-Beiträge zu erstellen. Eine Lösung für dieses Dilemma könnten KI-generierte Inhalte sein.

KI-Inhalte erzielen mehr Aufmerksamkeit und Interaktion

Doch wie werden KI-generierte Inhalte von den Nutzern angenommen und wahrgenommen? Ein Team um Erstautor Nicolas Merl hat dafür eine systematische Übersichtsarbeit samt Meta-Analyse durchgeführt. Die Forschenden werteten 33 internationale Studien aus, die zwischen 2020 und 2025 erschienen sind und KI-generierte mit von Menschen erstellten Inhalten verglichen.

Das Ergebnis: KI-generierte Beiträge führten im Durchschnitt zu 12 Prozent mehr Interaktionen - etwa Likes, Shares, Kommentare oder Klicks - als vergleichbare Inhalte, die von Menschen erstellt wurden. Auch die Qualität der Beiträge wurde häufig positiv bewertet. Zwar war dieser Trend statistisch nicht in allen Studien signifikant, jedoch zeigte sich eine klare Tendenz zugunsten von KI-basierten Inhalten. „Besonders gut wirken Beiträge, die sowohl als glaubwürdig wahrgenommen werden als auch emotional gestaltet sind“, erklärt Erstautor Merl.

Chancen und Verantwortung für die Krebsprävention

KI-generierte Social Media Inhalte ermöglichen große Reichweiten bei niedrigen Kosten, personalisierte Präventionsbotschaften, mehrsprachige und barrierearme Informationen sowie schnelle Reaktion auf neue Informationsbedarfe. Doch gleichzeitig betonen die Forschenden die Notwendigkeit klarer Leitlinien. KI darf nicht zu Verunsicherung oder zur Verbreitung ungewollter Fehlinformationen führen. „Generative KI bietet enorme Chancen für die öffentliche Gesundheit, aber nur, wenn Transparenz, fachliche Überprüfung und ethische Regeln eingehalten werden“, sagt Studienleiter Titus Brinker vom DKFZ. Er und sein Team fordern deshalb für den Einsatz von KI-generierten Inhalten in der Gesundheitskommunikation:

- Transparenz über den Einsatz von KI („erstellt mit KI“),

- Fachliche Kontrolle der Inhalte durch Expertinnen und Experten,
- Vermeidung manipulativer emotionaler Darstellungen,
- Qualitätssicherung durch institutionelle Standards

Nicolas B. Merl, Franziska Schramm, Christoph Wies, Jana T. Winterstein, Titus J. Brinker:
 Generative AI in social media health communication: systematic review and meta-analysis of user
 engagement with implications for cancer prevention
 European Journal of Cancer, 2025, <https://doi.org/10.1016/j.ejca.2025.116114>

Das Deutsche Krebsforschungszentrum (DKFZ) ist mit mehr als 3.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern die größte biomedizinische Forschungseinrichtung in Deutschland. Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler erforschen im DKFZ, wie Krebs entsteht, erfassen Krebsrisikofaktoren und suchen nach neuen Strategien, die verhindern, dass Menschen an Krebs erkranken. Sie entwickeln neue Methoden, mit denen Tumoren präziser diagnostiziert und Krebspatienten erfolgreicher behandelt werden können. Beim Krebsinformationsdienst (KID) des DKFZ erhalten Betroffene, Interessierte und Fachkreise individuelle Antworten auf alle Fragen zum Thema Krebs.

Um vielversprechende Ansätze aus der Krebsforschung in die Klinik zu übertragen und so die Chancen von Patientinnen und Patienten zu verbessern, betreibt das DKFZ gemeinsam mit exzellenten Universitätskliniken und Forschungseinrichtungen in ganz Deutschland Translationszentren:

Nationales Centrum für Tumorerkrankungen (NCT, 6 Standorte)
 Deutsches Konsortium für Translationale Krebsforschung (DKTK, 8 Standorte)
 Hopp-Kindertumorzentrum (KiTZ) Heidelberg
 Helmholtz-Institut für translationale Onkologie (HI-TRON) Mainz – ein Helmholtz-Institut des DKFZ
 DKFZ-Hector Krebsinstitut an der Universitätsmedizin Mannheim
 Nationales Krebspräventionszentrum (gemeinsam mit der Deutschen Krebshilfe)

Das DKFZ wird zu 90 Prozent vom Bundesministerium für Forschung, Technologie und Raumfahrt und zu 10 Prozent vom Land Baden-Württemberg finanziert und ist Mitglied in der Helmholtz-Gemeinschaft Deutscher Forschungszentren.

Originalpublikation:

Nicolas B. Merl, Franziska Schramm, Christoph Wies, Jana T. Winterstein, Titus J. Brinker:
 Generative AI in social media health communication: systematic review and meta-analysis of user
 engagement with implications for cancer prevention
 European Journal of Cancer, 2025, <https://doi.org/10.1016/j.ejca.2025.116114>